

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX

- HISTOIRE
- EVOLUTION CHIFFRES CLES
- LES ACTIVITES DE MONOPRIX
- IMPLANTATION REGIONALE

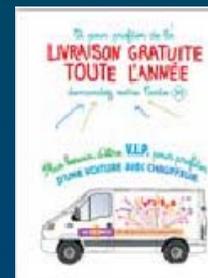
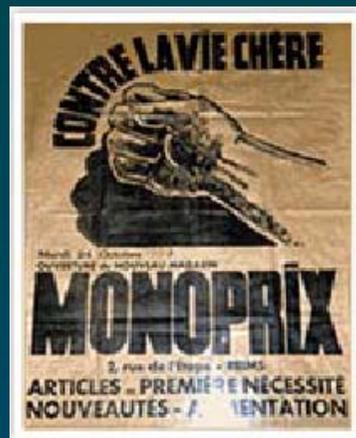
# LE COMMERCE EN FRANCE



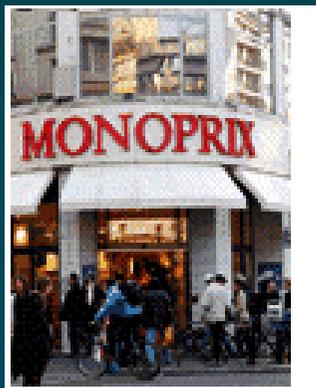
HISTOIRE

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX



# LE COMMERCE EN FRANCE



# LE COMMERCE EN FRANCE

## PRISUNIC



# LE COMMERCE EN FRANCE

## MAGASINS POPULAIRES

- 1930 : Ouverture le 1er décembre d'un établissement « Vente spéciale à prix uniques », rue Caumartin à Paris, créé par les grands magasins du Printemps
- 1930 - 50 magasins PRISUNIC - 56 MONOPRIX
- 1936 : Le magasin dit "populaire" devient rapidement "Prisunic". Il lance un système d'affiliation dans toute la France : l'affilié arbore l'enseigne Prisunic et utilise les services de la centrale d'achats du groupe Printemps, moyennant une rétribution financière
- 1939 : Prisunic compte 60 magasins.
- 1947 - MONOPRIX crée ses propres marques
- 1954 : Ouverture d'un premier rayon alimentaire en libre-service dans le magasin de la rue de Vaugirard à Paris. Prisunic compte bientôt 200 magasins dans toute la France.
- 1955 - 300 MONOPRIX et 234 PRISUNIC
- 1960 - rachat d ' INNO par MONOPRIX
- 1960 : Mise en place d'un 1er libre-service intégral dans un Prisunic, à Bordeaux.
- 1967 : Prisunic adopte un nouveau logo, dit "cible", imaginé par le styliste Jean-Pierre Bailly.
- 1968 - création des SUPER M par MONOPRIX
- 1970 : Prisunic compte près de 350 magasins dans la métropole et 48 autres répartis en Europe, en Afrique et Outre-mer.
- 1980 - prise de contrôle de PARIS FRANCE (RADAR) et de PARUNIS par MONOPRIX
- 1991 - OPA de MONOPRIX sur les NOUVELLES GALERIES et des UNIPRIX
- 1991 : L'homme d'affaires François Pinault rachète le groupe Printemps en novembre. Très vite, le nouvel ensemble Pinault-Printemps-Redoute (PPR) cherche à revendre Prisunic, jugé pas assez rentable. D'abord intéressé, Monoprix (groupe Galeries Lafayette) renonce finalement, devant un prix trop élevé.
- 1993 : Prisunic annonce en décembre rejoindre la centrale d'achats du groupe Promodès (Continent, Champion, Shopi) pour les produits alimentaires, suite à la dissolution de la Casal, consécutive au départ, fin 1992, de Disco / Marland Distribution (Bravo, Timy, Cali et SAP). L'enseigne, qui totalise alors 208 magasins (dont 108 affiliés), apporte un volume d'achats de 2 milliards de francs à Promodès.
- 1994-95 : Faute de repreneur pour sa filiale, PPR engage une restructuration drastique de Prisunic : cessions et fermetures de plusieurs magasins déficitaires, réduction du nombre d'affiliés et suppression d'une centaine d'emplois, au siège (Clichy)

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MAGASINS POPULAIRES

- 1994 - MONOPRIX enseigne unique des différentes enseignes de magasins populaires
- 1996 - MONOPRIX devient adhérent de la centrale CASINO
- 1997 : Monoprix rachète Prisunic en octobre pour 1,6 milliard de francs, avec l'aide financière de Casino. Le groupe stéphanois apporte 900 millions de francs et s'empare de 21,4 % du capital de Monoprix, les Galeries Lafayette conservant 73,3 %. Le nouvel ensemble Monoprix-Prisunic totalise 22,3 milliards de francs de chiffre d'affaires avec 360 magasins dont 262 détenus en propre.
- 1997 - MONOPRIX prend le contrôle de PRISUNIC
- 2000- MONOPRIX contrôle à part égale par CASINO et LES GALERIES LAFAYETTE
- 2003 - le titre MONOPRIX est retiré de la cotation en bourse
- 2005 : MONOPRIX lance de nouvelles enseignes : Monop , enseigne d'hyper-proximité inspiré des convenience stores d'Outre-manche, et beauty monop, cosmétiques store entièrement dédié à la beauté et à l'hygiène au quotidien.
- 2008 -Les groupes CASINO et GALERIES LAFAYETTE ont décidé de poursuivre le partenariat qui, depuis 2000, a permis à MONOPRIX de développer son modèle avec succès.
- 2012 - Après des mois de conflit, les groupes Casino et Galeries Lafayette, coactionnaires de Monoprix, sont parvenus à un accord. Le premier va racheter au second sa participation de 50% dans Monoprix, pour un montant de 1,175 milliard d'euros .

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX

### Historique du groupe

- Depuis sa création en 1932, Monoprix est présent en centre-ville. Au fil des ans, l'enseigne s'est adaptée aux mutations qui ont marqué la ville et ses quartiers tout en contribuant à leur vitalité et leur dynamisme économique.

### A l'origine : le " magasin populaire"

- **29 octobre 1932** : Le premier magasin Monoprix ouvre ses portes en plein centre ville de Rouen, sous l'impulsion de Max Heilbronn, gendre de Théophile Bader (fondateur des Galeries Lafayette). Au lendemain de la grande crise économique, il s'agit d'offrir des produits de qualité, à un prix abordable. Un concept est né : le " magasin populaire" .
- **Années 1930** : La construction du réseau Monoprix se poursuit. Chaque année, de nombreux magasins ouvrent leurs portes, portant le nombre total de points de vente à 63 en 1940. En parallèle, la centrale d'achats créée dès les origines poursuit son développement

### Les Trente glorieuses : le développement

- **1945** : Durement éprouvé par la seconde guerre mondiale, le réseau Monoprix commence sa renaissance dès 1945.
- **1947** : L'enseigne lance ses premières marques propres.
- **1950** : Monoprix adopte le libre service intégral afin de rendre les magasins plus fluides et de proposer des produits à des tarifs plus compétitifs.
- **1956** : L'enseigne compte 199 magasins.
- **1964** : Les supermarchés et hypermarchés fleurissent en périphérie. Dans ce contexte, Monoprix rachète les supermarchés Inno de France, faisant ainsi le pari des hypers de centre-ville .
- **1968** : Lancement des supermarchés Super M.

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX

- Les années 1980-1990 : Le citymarché
  - 1982 : Monoprix réaffirme son positionnement de commerçant de proximité et amorce une modernisation visant à s'adapter aux évolutions du mode de vie de ses clients de centre-ville.
  - 1986 : Monoprix lance Monoprix Gourmet, une gamme de produits destinés à répondre aux aspirations de citadins à la recherche de qualité.
  - 1990 : Les consommateurs redécouvrent l'achat-plaisir mais cherchent également à gagner du temps. C'est à cette époque que naît le concept de Citymarché, qui exprime à la fois l'implantation en centre-ville et la volonté de Monoprix de participer à la démocratisation des modes et des tendances. Tout est fait pour y favoriser la proximité avec le client : développement des rayons à la coupe, multiplication des partenariats avec des créateurs, renouvellement constant de l'offre...
  - 1990 : Monoprix s'engage dans le développement durable en lançant Monoprix Vert. Monoprix Bio naît en 1994, tandis que les premiers produits Max Havelaar sont distribués à partir de 1998.
  - 1997 : Avec l'aide de Casino, Monoprix rachète au groupe PPR les 132 magasins Prisunic. Ce rachat fait de Monoprix la première chaîne de grande surface de centre-ville et l'opération permet à Casino d'acquérir 21,4% de son capital, les Galeries Lafayette restant actionnaire majoritaire.

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX

### Les années 2000

- **2000** : la suite d'une OPA, Monoprix est contrôlé à parts égales par les groupes Galeries Lafayette et Casino. En 2003, les deux actionnaires détiennent chacun 50% de Monoprix.
- **2000** : Le développement durable devient un axe stratégique du groupe et irrigue toutes les dimensions de son activité : architecture et équipements, organisation, management, offre de produits et de services, relations avec l'environnement.
- **2003** : Naissance des produits textile en coton biologique et équitable, labellisé bioRe@
- **2005** : Le groupe lance deux nouvelles enseignes : Monop , enseigne d'hyper-proximité inspiré des convenience stores d'Outre-manche, et beauty monop, cosmétiques store entièrement dédié à la beauté et à l'hygiène au quotidien.
- **2007** : Ouverture à Vélizy 2 de dailymonop, un magasin dédié à la restauration rapide et à l'ultra-fraîcheur.
- **2008** -Les groupes Casino et Galeries Lafayette ont décidé de poursuivre le partenariat qui, depuis 2000, a permis à Monoprix de développer son modèle avec succès.
  - Les deux groupes ont ainsi conclu aujourd'hui un avenant à leur accord stratégique de mars 2003 prévoyant le gel, pendant une période de trois ans, de l'exercice des options d'achat et de vente qu'ils se sont consentis sur les actions de Monoprix.
  - En conséquence, l'option d'achat dont dispose Casino sur 10% du capital de Monoprix et l'option de vente dont disposent les Galeries Lafayette sur 50% du capital de Monoprix ne seront désormais exerçables qu'à compter du 1er janvier 2012. Les autres conditions et modalités d'exercice des options d'achat et de vente ne sont pas modifiées.
- **2008** : Monoprix lance son site de courses en ligne : Monoprix.fr

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX

- **2009** - L'enseigne vient de signer un partenariat avec le groupe tunisien Mabrouk et ouvre trois magasins en Andorre. Longtemps cantonné au marché français, Monoprix affiche son ambition pour un développement hors des frontières hexagonales
- **2010**
- l'enseigne de distribution spécialisée dans le commerce de proximité, continue son expansion et France elle vient de franchir la barre symbolique des 400 points de vente.
- Pour cela le groupe continue d'accélérer son développement et après 21 magasins ouverts en 2009, 30 sont venus s'ajouter cette année à la liste et Monoprix souhaite même dans l'avenir porter à 50 le nombre d'ouverture annuelle en France.
- Côté finance la situation s'est sensiblement amélioré après une période difficile en témoigne une progression des ventes de 4,5% sur les trois premiers trimestres que Monoprix entend consolider grâce à un objectif de baisse de ses prix de 2%.
- Pour les cyberacheteurs ces nouvelles ouvertures vont se traduire par une importante extension de la zone de couverture des livraisons avec pas moins de 55 nouvelles zones de livraisons dont à titre d'exemple Rouen, Rouen, Poitiers, Cannes, Bourg la Reine, Beziers ou encore Arcueil où il sera désormais possible de commander en ligne les produits de ce supermarché.
- Monoprix change l'identité visuelle de sa marche M en Monoprix. 2 000 produits sont complètement repensés en intégrant les bayadères pour créer plus de connivence avec ses consommateurs
- **2011**
- La distribution tunisienne engage un long retour à la normale
- Monoprix étend son service de livraison à domicile à Paris . L'enseigne dispose désormais de six de ces cycloporteurs arpentant les rues à proximité immédiate de ses magasins des Champs-Élysées, de République, d'Italie, de la rue de Rennes, de Saint-Michel et de Montparnasse.

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX

- 2012
- La lettre d'intention signée par les deux co-actionnaires à 50/50 de Monoprix prévoit la cession par Groupe Galeries Lafayette à Casino de sa participation d'ici au 30 octobre 2013, au prix de 1 175 millions d'euros.
- Monoprix, fringant octogénaire, mise sur un rythme de 50 ouvertures annuelles
- L'enseigne de centres-villes, bientôt filiale à 100 % de Casino , étend ses positions en Afrique du Nord. Installée depuis 2009 en Tunisie et en Libye depuis août dernier, elle va s'implanter l'an prochain au Maroc. Elle prévoit d'ouvrir une quinzaine de magasins, Monoprix
- Monop'station, qui a remporté un appel d'offre, s'installera dans neuf gares, dont trois cette année 2012
- Autre ambition affichée par le groupe : développer le e-commerce, et en faire, dès 2013, " le premier magasin de Monoprix" : 50 magasins proposent déjà le service " clic & go", c'est-à-dire le ½ drive piéton inventé par l'enseigne. Et, déjà, " 10% des ventes en ligne s'effectuent via l'application smartphone, sachant que 40 % des usagers internautes n'étaient pas clients de l'enseigne .

# LE COMMERCE EN FRANCE



## CHIFFRES CLES

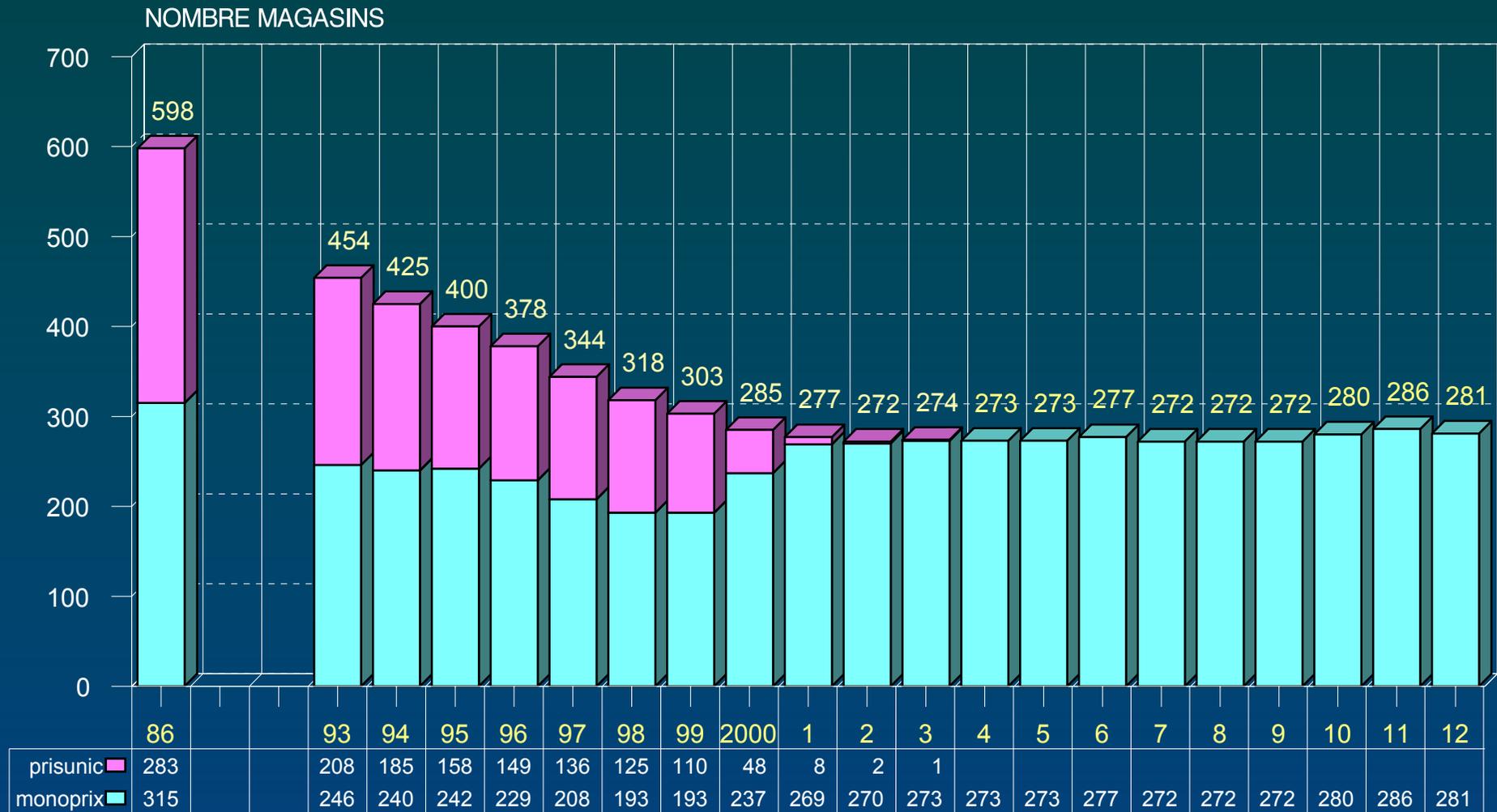
# LE COMMERCE EN FRANCE

## CHIFFRES REPERES MONOPRIX

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
	NBRE MAGASINS	NBRE MAGASINS	NBRE MAGASINS	NBRE MAGASINS	NBRE MAGASINS	NBRE MAGASINS	surface
<b>SUPERMARCHES</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	
INNO	1	1	1	1			
MONOPRIX	1	7	7	5			
ENSEIGNES DIVERSES	1	1	1	2	1	1	
<b>MAGASINS POPULAIRES</b>	<b>266</b>	<b>263</b>	<b>264</b>	<b>272</b>	<b>281</b>	<b>281</b>	
INNO	5	4	4	4	5	5	14008
MONOPRIX	257	255	257	264	272	273	493648
MONOP STORE				1	1	1	1100
MONOP						5	3100
SUPER MONOPRIX	3	3	2	2	2	2	8300
ENSEIGNES DIVERSES	1	1	1	1	1		
<b>MONOP</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>39</b>	<b>43</b>	<b>50</b>	<b>14585</b>
<b>DAILY MONOP</b>			<b>1</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	
<b>BEAUTY MONOP</b>		<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>556</b>
<b>GRANDS MAGASINS</b>	<b>1</b>	<b>1</b>					
<b>ENSEIGNES TEXTILES</b>					<b>1</b>	<b>1</b>	<b>695</b>
<b>ETRANGER</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	
ANDORRE		3	3	3	3	3	
ILE MAURICE	2	1	1	1	1	1	
SYRIE						2	
LIBAN	5	5	5	5	5	5	
TUNISIE (franchise)						3	
NOUVELLE CALEDONIE		1	1	1	1	1	

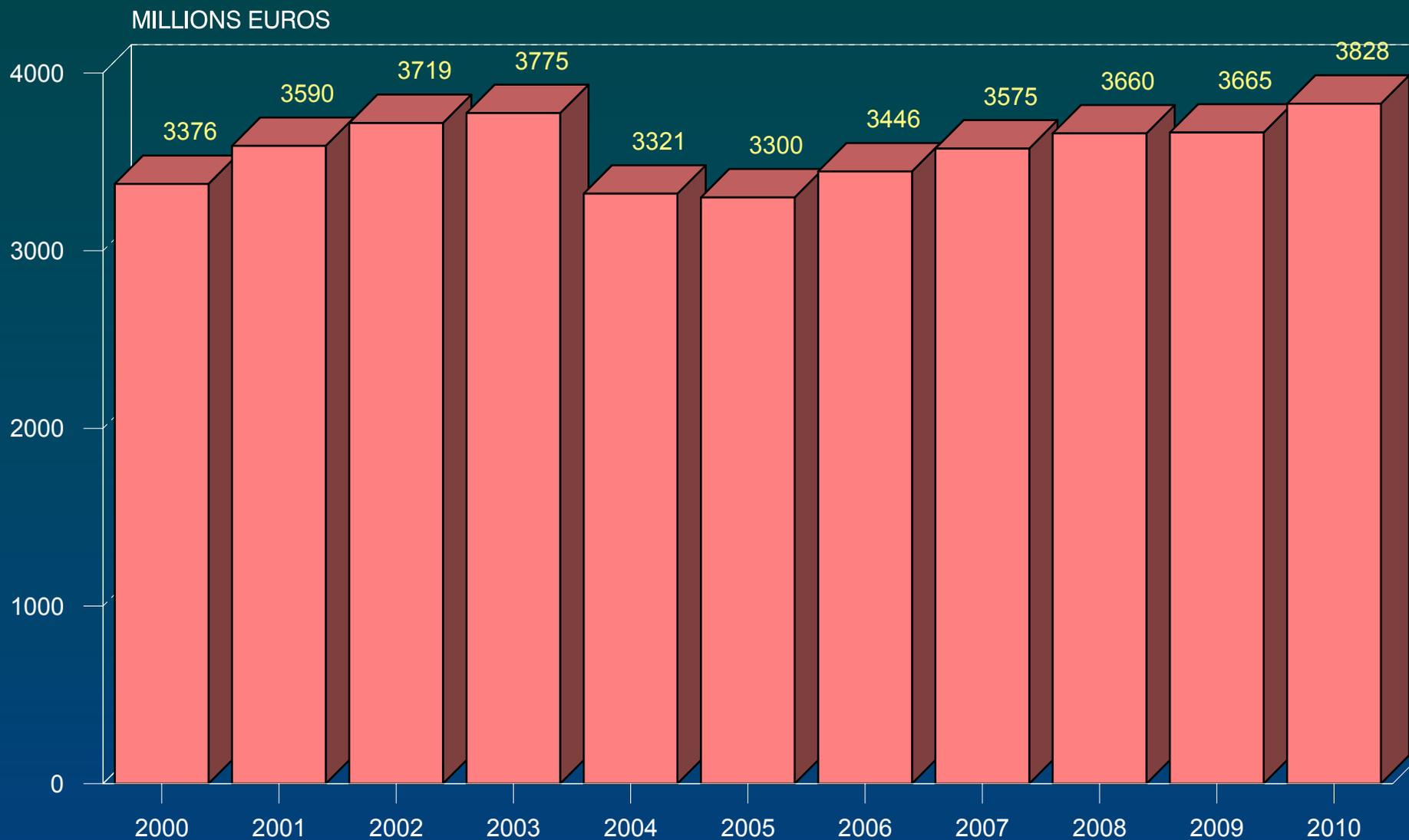
# LE COMMERCE EN FRANCE

## NOMBRE DE MAGASINS POPULAIRES PAR ANNEE



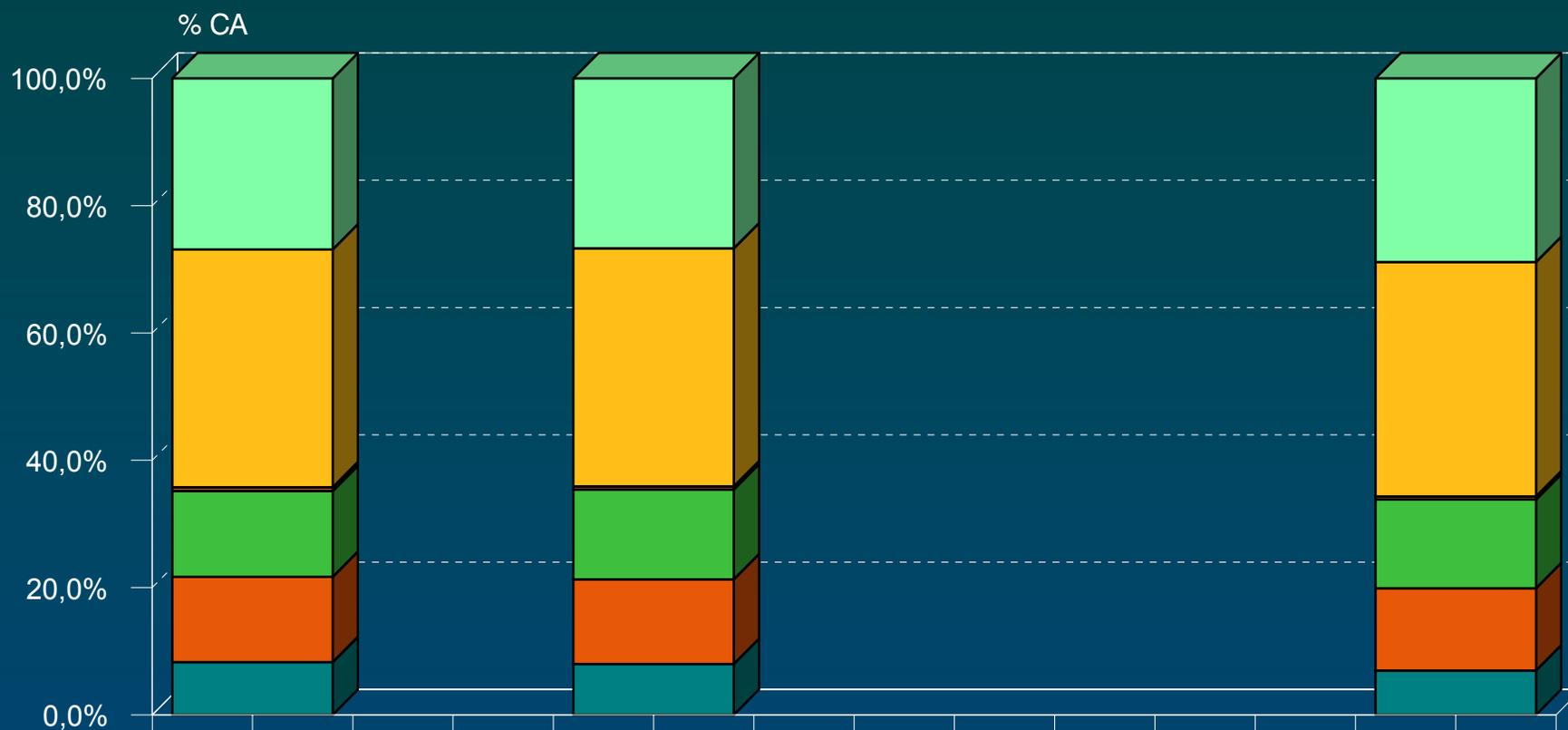
# LE COMMERCE EN FRANCE

## CHIFFRE AFFAIRES MONOPRIX



# LE COMMERCE EN FRANCE

## STRUCTURE DU CHIFFRE AFFAIRES MONOPRIX



	2006	2007	2008	2012
PGC	26,9	26,7		29,0
PRODUITS FRAIS	37,4	37,4		37,0
AUTRES	0,6	0,5		0,5
TEXTILE	13,5	14,1		14,0
PARFUMERIE	13,4	13,3		13,0
MAISON LOISIRS	8,3	8,0		7,0

# LE COMMERCE EN FRANCE



ACTIVITE DE MONOPRIX

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX

- Filiale détenue à 50 % par le groupe Casino et les Galeries Lafayette
- Développant son positionnement sur le concept du Citymarché, Monoprix présente aujourd'hui 4 types de magasin différents :
  - **MONOPRIX** : d'une superficie supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>, les City Star sont les magasins phares de l'enseigne. Implanté uniquement dans le centre des grandes villes et dans les zones urbaines à fort pouvoir d'achat, il présente une offre de produits complète et qualitative, répartie par univers. Une attention particulière est portée au design et aux services.
  - Le Citymarché Classique : il constitue le format de référence Monoprix. Avec une surface moyenne comprise entre 1 500 et 2 000 m<sup>2</sup>, il est situé dans les villes de plus de 50 000 habitants. Son offre de produits riche et variée exprime parfaitement le savoir-faire de Monoprix et propose des références au plus près des attentes des clients. Des "rayons service" comme le fromage, le traiteur ou la boucherie peuvent être ajoutés en fonction des besoins spécifiques de la zone de chalandise
    - Ceux-ci se distinguent par :
      - la présence d'une offre de produits très large (jusqu'à 60 000 références) dans un univers fonctionnel et convivial
      - une gamme de services étendue : large amplitude horaire, livraison à domicile...
      - une capacité à anticiper et accompagner les nouvelles tendances de consommation tout en les rendant accessibles
  - **MONOP** -Créé en 2005, Monop' est un petit magasin de 150 à 300 m<sup>2</sup> pratique et accueillant, qui privilégie le confort d'achat et la consommation sur place, dans une atmosphère conviviale et intime. Magasin de proximité de petit format généraliste, Monop' est un véritable " extrait de Monoprix". Il répond, dans un décor coloré et intime, 6 jours sur 7, avec des horaires d'ouverture à forte amplitude, aux besoins et aux envies d'une clientèle urbaine. Originale et variée, l'offre Monop' répond aussi bien aux besoins du quotidien qu'aux achats plaisir. Elle regroupe environ 5 200 références de produits frais, d'épicerie classique et d'épicerie fine, ainsi que l'essentiel de la beauté et du soin, du bricolage et de la papeterie.

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX

- Filiale détenue à 50 % par le groupe Casino et les Galeries Lafayette
- Développant son positionnement sur le concept du Citymarché, Monoprix présente aujourd'hui 4 types de magasin différents :
  - **Beauty Monop**: Lancé en décembre 2005, beauty monop est un magasin entièrement dédié à la beauté et à l'hygiène au quotidien.
    - Proposer un lieu de découverte et d'apprentissage, dans le plaisir, la fantaisie et la légèreté, grâce aux animations régulièrement mises en place en magasin.
    - Destiné aux femmes comme aux hommes, beauty monop c'est une offre étendue et variée, qui s'articule autour de 6 axes: la parfumerie, le maquillage, les produits bio, naturels, les produits techniques, et les produits des 5 mondes. Cette offre est sélectionnée parmi les plus grandes marques généralistes, les marques de créateurs ou encore les marques alternatives.
  - **Dailymonop'** allie restauration rapide et ultra fraîcheur.
    - Entièrement en libre-service, dailymonop' propose une offre large de sandwiches, salades, plats cuisinés, laitages, boissons, fruits et desserts, qui combinent fraîcheur, saveur et équilibre nutritionnel.
    - Les clients peuvent composer chaque jour des menus différents, à déguster sur place ou à emporter.

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX 2006

CARACTERISTIQUES DOMINANTES DES CLIENTS MONOPRIX-PART DU CA

**NA: % de foyers fréquentant l'enseigne**  
**sdp : sommes dépensées par foyer**

	INDICE NA MONOPRIX	INDICE NA MONOPRIX/GMS	INDICE SDP/GMS
<b>CADRES SUPERIEURS</b>	<b>17,50%</b>	<b>171</b>	<b>214</b>
<b>REVENUS DE PLUS DE 4K€/MOIS</b>	<b>7,60%</b>	<b>179</b>	<b>352</b>
<b>FOYERS D'UNE PERSONNE</b>	<b>44,90%</b>	<b>144</b>	<b>233</b>

CHIFFRE D'AFFAIRES 2005 : 3300.1M€

RESULTATS D'EXPLOITATION 3.7 %

12 967 REFERENCES DE PARFUMERIE

19 900 REFERENCES ALIMENTAIRES

163 NOUVEAUX PRODUITS ALIMENTAIRES EN MARQUES PROPRES

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX

● Développant son positionnement sur le concept du Citymarché, Monoprix présente aujourd'hui 3 types de magasin différents :

- **Le Citymarché Star** : d'une superficie supérieure à 2 500 m<sup>2</sup>, les City Star sont les magasins phares de l'enseigne. Implanté uniquement dans le centre des grandes villes et dans les zones urbaines à fort pouvoir d'achat, il présente une offre de produits complète et qualitative, répartie par univers. Une attention particulière est portée au design et aux services.
- **Le Citymarché Classique** : il constitue le format de référence Monoprix. Avec une surface moyenne comprise entre 1 500 et 2 000 m<sup>2</sup>, il est situé dans les villes de plus de 50 000 habitants. Son offre de produits riche et variée exprime parfaitement le savoir-faire de Monoprix et propose des références au plus près des attentes des clients. Des "rayons service" comme le fromage, le traiteur ou la boucherie peuvent être ajoutés en fonction des besoins spécifiques de la zone de chalandise.
- **Le City Challenge** : ces magasins de petite taille présentent un potentiel un peu plus limité compte tenu de la zone de chalandise. Monoprix privilégie donc le libre-service avec une offre réduite et centrée sur l'alimentaire.

# LE COMMERCE EN FRANCE

## MONOPRIX

offres de produits issus d'une démarche de développement durable

	marques propres		marques nationales		labels - certifications externes
	Nombre total de références	Nombre de nouveautés	Nombre total de références	Nombre de nouveautés	
<b>Issus de l'agriculture biologique</b>	<b>147</b>	<b>9</b>	<b>761</b>		
Produits alimentaires	147	9	553	106	AB / AB Européen
Produits cosmétiques	0	0	208	79	Cosmétique bio / Cosmétique éco
<b>Issus du commerce équitable</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>34</b>	<b>16</b>	
Produits alimentaires	9	0	28	10	Max Havelaar
Produits cosmétiques	0	0	6	6	Max Havelaar
<b>Issus de l'agriculture biologique et du commerce équitable</b>	<b>553</b>	<b>401</b>	<b>28</b>	<b>15</b>	
Produits alimentaires	5	0	19	7	Double garantie Max Havelaar et AB/AB Européen
Produits cosmétiques	0	0	9	8	Double garantie Max Havelaar et Cosmétique bio/Cosmétique éco
Produits textile	548	401	0	0	Coton labellisé bioRe®
<b>verts</b>	<b>82</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	
Produits Entretien / Maison-Loisir	82	9	6	0	NF Environnement/Ecolabel européen/PEFC/FSC
<b>Issus de la pêche responsable</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	
Produits alimentaires	1	0	4	3	
<b>Issus de partenariats agricoles</b>	<b>34</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	
Produits alimentaires	34	0	5	0	
<b>marques</b>	<b>43</b>				
Monoprix Bien Vivre	43	3			
Allergo			19	3	
<b>TOTAL</b>	<b>869</b>	<b>422</b>	<b>857</b>	<b>222</b>	

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LES MONOPRIX DU GROUPE CASINO-GALERIES LAFAYETTE

2007		2007						
		MAGASINS		SURFACE		NBRE MAG AVEC CARBURANT		
CENTRALE	ENSEIGNE	NBRE	% mag	EN M <sup>2</sup>	% surf	MAG	POMPES	% POMP
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	102 FEMME HOMME ENFANT	1	0,4%	695	0,1%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	INNO	4	1,5%	12 158	2,5%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	MONOPRIX	255	93,8%	450 686	91,6%	4	17	85,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	SUPER MONOPRIX	3	1,1%	13 585	2,8%	1	3	15,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE		263	96,7%	477 124	96,9%	5	20	100,0%
TOTAL		272	100,0%	492 226	100,0%	5	20	100,0%

2008		2008						
		MAGASINS		SURFACE		NBRE MAG AVEC CARBURANT		
CENTRALE	ENSEIGNE	NBRE	% mag	EN M <sup>2</sup>	% surf	MAG	POMPES	% POMP
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	102 FEMME HOMME ENFANT	1	0,4%	695	0,1%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	INNO	4	1,5%	12 158	2,4%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	MONOPRIX	257	94,5%	465 120	93,5%	4	16	45,7%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	SUPER MONOPRIX	2	0,7%	8 300	1,7%	5	19	54,3%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE		264	97,1%	486 273	97,7%	9	35	100,0%
TOTAL		272	100,0%	497693	100,0%	9	35	100,0%

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LES MONOPRIX DU GROUPE CASINO-GALERIES LAFAYETTE

2009		MAGASINS		SURFACE		NBRE MAG AVEC CARBURANT		
CENTRALE	ENSEIGNE	NBRE	% mag	EN M <sup>2</sup>	% surf	MAG	POMPES	% POMP
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	102 FEMME HOMME ENFANT	1	0,4%	695	0,1%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	INNO	4	1,5%	12 158	2,4%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	MONOPRIX	264	97,1%	478 773	95,6%	4	15	100,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	SUPER MONOPRIX	2	0,7%	8 300	1,7%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	MONOP STORE	1	0,4%	1 100	0,2%	0	0	0,0%
TOTAL		272	100,0%	501026	100,0%	4	15	100,0%

2010		MAGASINS		SURFACE		NBRE MAG AVEC CARBURANT		
CENTRALE	ENSEIGNE	NBRE	% mag	EN M <sup>2</sup>	% surf	MAG	POMPES	% POMP
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	INNO	5	1,8%	14 008	2,7%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	MONOPRIX	272	97,1%	491 718	95,5%	4	15	100,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	SUPER MONOPRIX	2	0,7%	8 300	1,6%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	MONOP STORE	1	0,4%	1 100	0,2%	0	0	0,0%
TOTAL		280	100,0%	515126	100,0%	4	15	100,0%

# LE COMMERCE EN FRANCE

## LES MAGASINS POPULAIRES

2011		MAGASINS		SURFACE		NBRE MAG AVEC CARBURANT		
CENTRALE	ENSEIGNE	NBRE	% mag	EN M <sup>2</sup>	% surf	MAG	POMPES	% POMP
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	INNO	5	1,7%	14 008	2,7%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	MONOPRIX	273	95,5%	493 648	94,9%	4	16	100,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	SUPER MON	2	0,7%	8 300	1,6%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	MONOP	5	1,7%	3 100	0,6%	0	0	0,0%
EMC DISTRIBUTION-GALERIES LAFAYETTE	MONOP STO	1	0,3%	1 100	0,2%	0	0	0,0%
<b>TOTAL</b>		<b>286</b>	<b>100,0%</b>	<b>520156</b>	<b>100,0%</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>100,0%</b>

	2011	
	NBRE MAGASINS	surface m <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>518546</b>
<b>hypermarches</b>	<b>63</b>	<b>192809</b>
INNO	2	8303
MONOPRIX	59	176206
SUPER MONOPRIX	2	8300
<b>supermarches</b>	<b>222</b>	<b>325737</b>
INNO	3	5705
MONOPRIX	214	316922
MONOP STORE	1	1100
MONOP	4	2010
SUPER MONOPRIX		
ENSEIGNES DIVERSES		
<b>BEAUTY MONOP</b>	<b>4</b>	<b>556</b>
<b>ENSEIGNES TEXTILES</b>	<b>1</b>	<b>695</b>

# LE COMMERCE EN FRANCE



## IMPLANTATION REGIONALE

# LE COMMERCE EN FRANCE

## EVOLUTION DES MAGASINS MONOPRIX PAR REGION INSEE

REGIONS	2008 NBRE	2009 NBRE	2010 NBRE	2011 NBRE	2012 NBRE	EVOL 12/8 NBRE
Alsace	5	5	5	5	5	0
Aquitaine	7	6	6	6	6	-1
Auvergne	5	5	5	5	5	0
Bourgogne	4	4	4	4	3	-1
Bretagne	9	9	9	9	9	0
Centre	4	6	5	5	5	1
Champagne-Ardennes	4	3	3	4	3	-1
Corse	2	2	2	2	2	0
Franche-Comté	4	4	4	4	4	0
Ile-de-France	118	121	129	135	128	10
Languedoc-Roussillon	10	10	10	10	10	0
Limousin	2	2	2	2	2	0
Lorraine	5	5	5	5	5	0
Midi-Pyrénées	7	7	7	7	7	0
Nord-Pas-de-Calais	9	6	6	6	5	-4
Normandie (Basse-)	3	3	3	3	3	0
Normandie (Haute-)	5	6	6	5	5	0
Pays-de-la-Loire	6	6	5	5	7	1
Picardie	9	8	8	8	8	-1
Poitou-Charentes	6	5	5	4	4	-2
Provence-Côte-Azur	24	24	24	24	25	1
Rhône-Alpes	24	25	27	28	30	6
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>272</b>	<b>280</b>	<b>286</b>	<b>281</b>	<b>9</b>

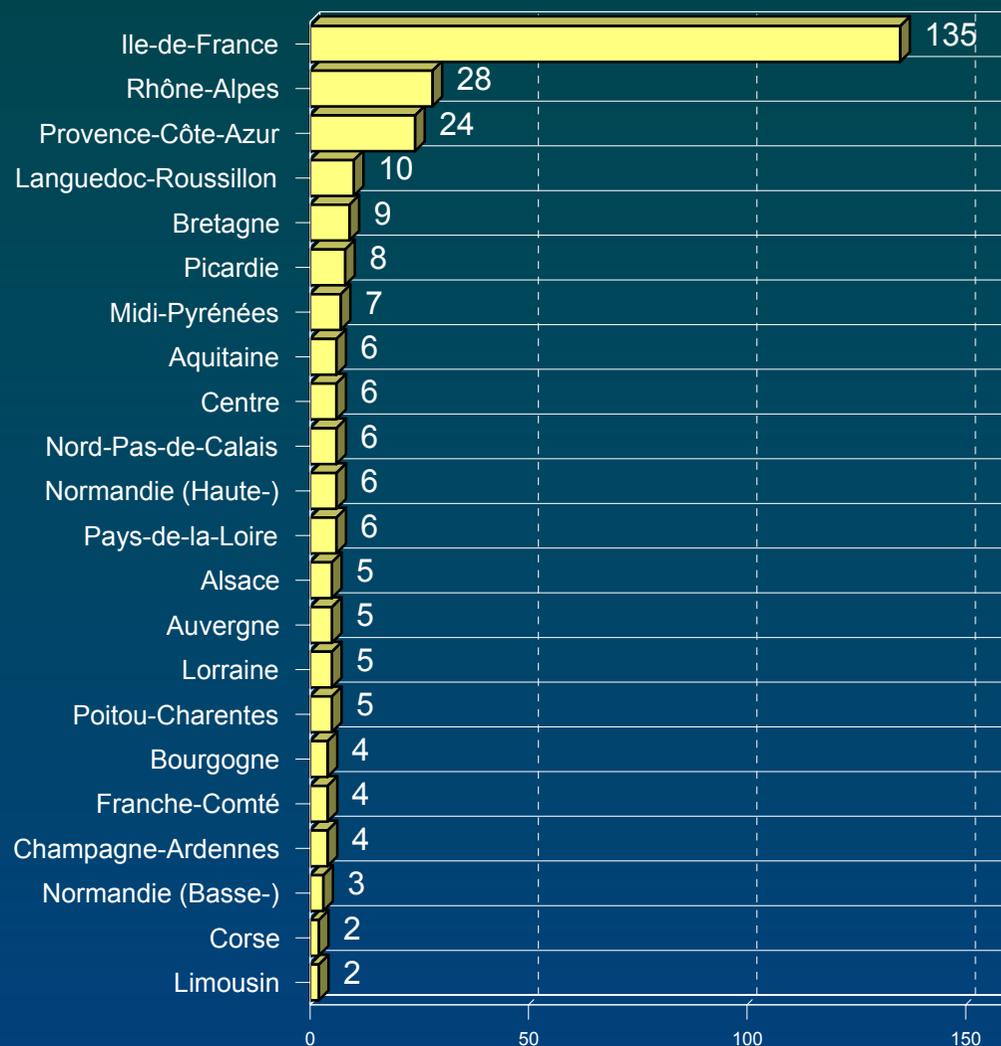
# LE COMMERCE EN FRANCE

## CLASSEMENT DES MAGASINS POPULAIRES PAR REGION INSEE

NOMBRE DE MAGASINS - SURFACE

2011 REGIONS	TOTAL	
	NBRE	SURFACE
Alsace	5	8902
Aquitaine	6	11169
Auvergne	5	9885
Bourgogne	4	10011
Bretagne	9	13034
Centre	5	8064
Champagne-Ardennes	4	5767
Corse	2	4458
Franche-Comté	4	7425
Ile-de-France	135	254226
Languedoc-Roussillon	10	16059
Limousin	2	3507
Lorraine	5	9026
Midi-Pyrénées	7	9193
Nord-Pas-de-Calais	6	14040
Normandie (Basse-)	3	6698
Normandie (Haute-)	5	10986
Pays-de-la-Loire	5	9040
Picardie	8	14671
Poitou-Charentes	4	7418
Provence-Côte-Azur	24	43782
Rhône-Alpes	28	42795
<b>TOTAL</b>	<b>286</b>	<b>520156</b>

CLASSEMENT DES MAGASINS



# LE COMMERCE EN FRANCE

## CLASSEMENT DES MAGASINS POPULAIRES PAR REGION INSEE

NOMBRE DE MAGASINS -

REGIONS	2012 NBRE
Alsace	5
Aquitaine	6
Auvergne	5
Bourgogne	3
Bretagne	9
Centre	5
Champagne-Ardennes	3
Corse	2
Franche-Comté	4
Ile-de-France	128
Languedoc-Roussillon	10
Limousin	2
Lorraine	5
Midi-Pyrénées	7
Nord-Pas-de-Calais	5
Normandie (Basse-)	3
Normandie (Haute-)	5
Pays-de-la-Loire	7
Picardie	8
Poitou-Charentes	4
Provence-Côte-Azur	25
Rhône-Alpes	30
<b>TOTAL</b>	<b>281</b>

CLASSEMENT DES MAGASINS

